

# "Els músics professionals i la taquilla inversa, per què la realitzen?"



Sergi Masana Pellegrero

## Introducció:

La taquilla inversa és una experiència de paga el que vulguis, en la qual els assistents a un concert paguen el que creuen convenient per l'actuació que han vist.

Les PWYW, violen alguns supòsits de la teoria de l'elecció racional i de la teoria dels consumidors estàndards, ja que l'opció de no pagar hauria de ser la que maximitza la seva utilitat, provocant pèrdues en els venedors (Gerpott, 2016). La singularitat de la taquilla inversa respecte altres PWYW, es que trobem 2 actors socials compartint la figura del venedor, i el benefici econòmic.

Com s'ha pogut veure en altres taquilles inverses en el teatre ((Tena et al., 2020), aquestes poden ser beneficioses degut a un potencial augment de públic, tot i que l'aportació de cada individu sol ser menor a la d'una entrada fixe. 'extensió de la taquilla inversa a Espanya, es deriva d'un context de crisi cultural, on el 2014 el Govern del PP de Rajoy va establir l'IVA cultural en un 21%, aquesta ha tingut conseqüències en els costos de la producció d'espectacles, reduint la remuneració que poden rebre els artistes (Serra, 2016).

## Hipòtesis:

H1: Hi ha un tipus ideal de músic que té més predisposició a fer taquilla inversa: "El músic jove que presenta un projecte nou que no té èxit comercial". Aquest la realitza perquè la seva prioritat, es tocar en públic més que el benefici econòmic.  
H2: L'edat del músic, té una correlació negativa amb la taquilla inversa. Ja que a més edat més necessitat d'estabilitat econòmica.  
H3: Per una part important dels músics que realitzen la taquilla inversa, la seva prioritat no és el benefici econòmic directe, sinó la promoció d'un futur projecte.

## Metodologia:

Un anàlisi qualitatiu de 5 entrevistes amb els següents criteris de selecció:

- Músics Professionals
- Experiència en la taquilla inversa
- Edat, joves-adults

## Que hem observat?

- La relació entre els dos actors socials que ocupen la figura del venedor: Gerent/Músic
- Com interactuen les variables edat, estil musical, i novetat del projecte amb el fet de realitzar una taquilla inversa
- Com interactua la taquilla inversa amb la precarietat del sector: És un problema a o una solució?

## Resultats:

### Com es fa?

Desorganització i informalitat

El músic té una carrega extra de treball respecte altres formats, ja que la seva remuneració depèn de la promoció que en faci

Distribució econòmica de menor a major risc:  
- Catxet i taquilla inversa per al gerent.  
- Taquilla inversa amb mínim garantit.  
- Taquilla inversa sense mínim garantit.

### Qui la fa?

5/5 Músic professionals entrevistats realitzen aquest format, un d'ells de manera setmanal.

La fan Artistes de tots els estils, des de Big band's, fins a duets, passant per grups de versionde Rock

" Els músics que han vist des dels seus inicis la taquilla inversa, la veuen com a quelcom habitual i acceptable, a mesura que avancem generacionalment, el fet de realitzar concerts a taquilla inversa, depèn de la necessitat econòmica, i de la novetat del projecte que es vol mostrar".

### Per què?

És el gerent el que tria el format, el músic escolleix entre tocar o quedar-se a casa.

Entrevistat nº5: "La gent ho fa perquè vol tocar (...) per quedar-me a casa me'n vaig a tocar".

Els artistes veuen en la taquilla inversa una oportunitat per poder promocionar els seus projectes (promoció d'un nou disc o espectacle)

Precarietat laboral



La taquilla inversa, no és una alternativa a nivell laboral, amb la qual poder viure, això parteix del fet que es treballa sense cotitzar, alhora que no saber el que es guanyarà, no dota de possibilitats d'estabilitat econòmica.

## Conclusions:

Els músics tenen dues finalitats alhora de realitzar un concert:  
Tocar en públic i obtenir un benefici econòmic que els permeti mantenir-se a través de la música.  
La taquilla inversa, només facilita la primera finalitat, i per tant l'elecció d'aquest format, pot provocar que a llarg termini no pugui satisfer cap de les dues finalitats en el terreny professional.

Una forma de consum com la taquilla inversa, que té un lliure accés amb un pagament del producte a elecció del públic, porta a unes relacions de producció, en les que el músic assumeix un risc econòmic que en altres formats no assumia

## Bibliografia:

- Estat de la cultura i de les arts 06\_18 (2018). Generalitat de Catalunya. Disponible a: <<[https://conca.gencat.cat/web/\\_content/arxius/publicacions/info\\_rme\\_anual\\_2018/INFORME\\_2018-CAT-web.pdf](https://conca.gencat.cat/web/_content/arxius/publicacions/info_rme_anual_2018/INFORME_2018-CAT-web.pdf)>>
- Gautier PA and Van der Klaauw B (2012) Selection in a field experiment with voluntary participation. Journal of Applied Econometrics 27 (1): 63-84.
- Gerpott TJ (2016) A review of the empirical literature on Pay-What-You-Want price setting. Management & Marketing 11 (4): 566-596.
- Gneezy A, Gneezy U, Nelson LD and Brown A (2010) Shared social responsibility. Science 329: 325-327.
- Gneezy A, Gneezy U, Riener G and Nelson L (2012) Pay what you want, identity and self-signalling in markets. Proceedings of the National Academy of Sciences 109 (19): 7236-7240.
- León FJ, Noguera JA and Tena-Sánchez J (2012) How much would you like to pay? Social Science Information 51 (3): 389-417.
- Manual taquilla inversa (2016). Jo Jet i Maria Ribot. Disponible a: <<<https://www.jojetimariaribot.cat/wp-content/uploads/2016/11/manualtaquillainversajojetimariaribot.pdf>>>
- Pöyry E (2015) Pay-what-you-want pricing research: Review and propositions. In: Ahearne M and Hughes DE (eds): 2015 AMA Marketing Summer Educators' Conference "Improving Business Practice Through Marketing Insight", August 14- 16, Chicago, 26: L-23-L-31.
- Schmidt KM, Spann M and Zeithammer R (2015) Pay what you want as a marketing strategy in monopolistic and competitive markets. Management Science 61: 1217-1236.
- Tena-Sánchez, J., León-Medina, F. J., & Noguera, J. A. (2020). Empathic Cultural Consumers: Pay What You Want in The Theater. Journal of Consumer Affairs.
- Una altra economia per a la cultura (2018). Jordi Oliveras. Nativa. Disponible a: <<<https://nativa.cat/2018/11/una-altra-economia-per-a-la-cultura/>>>
- Serra JM. (2016) Taquilla inversa. Precarietat o apoderament. El manual de la taquilla inversa.